



12/2011

Đột phá trong kinh doanh và vai trò của doanh nhân trẻ

Các tập đoàn nên thuê những doanh nhân trẻ để phát triển sản phẩm mới và để giải quyết các vấn đề khó khăn trong ngắn hạn.

Cách đây 20 năm, một doanh nhân tự khởi nghiệp có nghĩa là gắn với việc thất bại.

Thời nay thì mọi chuyện đã khác. Phần đông trong số sinh viên đều đã nuôi và theo đuổi khát vọng kinh doanh từ trên ghế nhà trường. Điều này là nhờ những tấm gương tỷ phú trẻ như Mark Zuckerberg.

Nếu bạn là lãnh đạo của một công ty lớn, chắc hẳn bạn sẽ không lo thiếu ứng viên xin việc có trình độ cao, kỹ năng quản lý tốt, đặc biệt trong thời kỳ kinh tế khó khăn như hiện nay. Nhưng có một điều bạn không nhận ra, đây chính là trong số những ứng viên chuyên môn cao đó lại không có hoặc có rất ít những cá nhân – người mà có khả năng sáng tạo, chấp nhận thử thách để thay đổi và tạo ra sự đột phá trong kinh doanh.

Chúng tôi đã nghiên cứu về sự đổi mới công nghệ qua 25 loại sản phẩm tiêu dùng trong 50 năm qua. Từ thập kỉ 60 đến 80 thế kỷ trước, có 64% các sản phẩm cải tiến đến từ các công ty lớn (có doanh thu trên 1 tỷ USD). Trong 2 thập kỉ cuối, chỉ có 16% các sản phẩm cải tiến là thuộc các công ty lớn, còn 84% là sản phẩm của các công ty nhỏ hay công ty khởi nghiệp.

Phải chăng các công ty lớn đang mất dần lợi thế?

Tại các công ty lớn, sự đột phá trong kinh doanh luôn có vẻ là rất hiếm, trừ trường hợp Apple của CEO Steve Jobs. Để có cơ hội nắm bắt điều gì đó mang tính chất đột phá, bạn sẽ cần đến những người có tư duy của doanh nhân ở tất cả các cấp quản lý để có thể phá vỡ các giới hạn, cơ chế và thúc đẩy hoạt động của công ty. Chỉ có những doanh nhân, nhà khởi nghiệp trẻ mới dám đưa ra những quyết định không dựa trên kinh nghiệm sẵn có, mà trái lại họ dám chấp nhận đầu tư mạo hiểm để có thể cạnh tranh được với những công ty lớn.

Những nhà tư vấn trẻ

Tất cả những phân tích trên đã đem tới một giải pháp mới. Thay vì việc cố tuyển dụng các doanh nhân trẻ này về làm việc cho mình, các công ty lớn nên mời họ làm nhà tư vấn, cố vấn cho các kế hoạch phát triển sản phẩm mới hoặc giải quyết các vấn đề nan giải cần tính sáng tạo, quyết đoán của họ. Và tất nhiên, các công ty lớn cũng nên sử dụng dịch vụ tư vấn của các luật sư trẻ, có tư duy thương mại, trong các giao dịch kinh doanh của mình.

Công ty Luật DNAS
Phòng 301, 5 Bà Triệu
Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam

hn@dnas.com.vn
www.dnas.com.vn

Tác giả bài viết là Arielle Patrice Scott và Larry Popelka, Businessweek. Lược dịch dựa trên bản dịch gốc của Lê Mai. Bài viết lấy bối cảnh là nước Mỹ nhưng ở một góc độ nào đó lại có giá trị tham khảo đối với các tập đoàn, tổng công ty nhà nước và doanh nghiệp gia đình lớn tại Việt Nam.

Hình: Quả cây cọc rào tại Sơn La, một loại cây không thể sử dụng làm thực phẩm nhưng hạt chứa dầu, có khả năng sản xuất biodiesel và nhiều sản phẩm công nghiệp.